

Національний університет водного господарства та природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП

_____ Олег ЛАГОДНЮК

«__» _____ 2021

06-08-029-S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Бренд-менеджмент	Brand-management
Освітній рівень: бакалаврський (перший) магістерський (другий)	Educational level: bachelor's (first) master`s (second)
Спеціальність: усі спеціальності	Specialty: all specialties
Освітня програма: усі освітні програми	Educational Program: all educational programs

Силабус навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня усіх освітньо-професійних програм спеціальностей НУВГП. Рівне: НУВГП. 2021. 10 с.

Розробники силабусу: Судук О.Ю., к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту
Мороз Е.Г., к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 6 від «11» січня 2021 року
Завідувач кафедри: Кожушко Л.Ф., д.т.н., професор

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ економіки і менеджменту
Протокол № 4 від «23» лютого 2021 року
Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: Ковшун Н.Е., д.е.н., професор

Схвалено науково-методичною радою НУВГП
Протокол № 2 від «24» березня 2021 року
Учений секретар науково-методичної ради НУВГП: Костюкова Т.А.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*

Ступінь вищої освіти	<i>бакалавр, магістр</i>
Спеціальність	<i>всі спеціальності</i>
Рік навчання, семестр	<i>2-4 рік навчання, 3-8 семестр; 1-2 рік навчання, 1-3 семестр</i>
Кількість кредитів	<i>3</i>
Лекції:	<i>денна – 16 год.</i>
Практичні заняття:	<i>денна – 14 год.</i>
Самостійна робота:	<i>денна – 60 год</i>
Курсова робота:	<i>ні</i>
Форма навчання	<i>денна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>українська</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*

ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



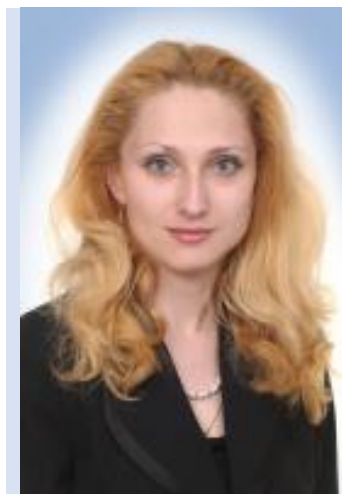
Судук Олена Юріївна, кандидат сільськогосподарських наук., доцент кафедри менеджменту

Вікіситет http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Судук_Олена_Юріївна

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4620-4389>

Як комунікувати o.y.suduk@nuwm.edu.ua

Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE



Мороз Е.Г., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту

Вікіситет http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Мороз_Еліна_Григорівна

Як комунікувати e.h.moroz@nuwm.edu.ua

Система MOODLE містить актуальні оголошення на сторінці дисципліни «Бренд-менеджмент»

ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація навчальної дисципліни

Дисципліна «Бренд-менеджмент» вивчає концепції, науково обґрунтовані техніки та стратегії брендингу, а також сприяє формуванню відповідних вмінь та навичок на різних рівнях прийняття управлінських рішень. Дисципліна поєднує в собі сучасні підходи, світовий та вітчизняний досвід різних учасників економічних стосунків, що долучені до практики бренд-менеджменту. Метою викладання навчальної дисципліни є формування та поглиблення у здобувачів вищої освіти професійно-компетентних знань та навичок щодо технологій створення та управління брендами як важливими нематеріальними активами організацій усіх галузей економіки та різних форм власності. Основними завданнями є: освоєння теоретичних понять бренд-менеджменту та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату побудови архітектури брендів; отримання концептуальних знань та навиків щодо створення та управління сильними брендами; набуття навиків до творчого пошуку напрямків ребрендингу; отримання знань та навиків щодо оцінювання потенціалу брендингу компанії.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129>

Компетентності

Здатність визначати та описувати характеристики організації.

Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку, оброблення, аналізування та використання інформації з різних джерел.

Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління організацією.

Вміти розробляти та оцінювати проекти в різних сферах діяльності в умовах обмеженості ресурсів.

Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми в організації.

Програмні результати навчання

Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень, уміння використовувати у практичній діяльності методи аналізу для вирішення конкретних завдань.

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

	<p>Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.</p> <p>Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.</p> <p>Демонструвати лідерські навички, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.</p>
Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)	Комунікативні здатності, навички гнучкості, уміння слухати і чути, навички ведення переговорів, здатність адаптуватися до ситуації, вміння формулювати та відстоювати власну думку, лідерські якості.
Структура дисципліни	<i>Зазначено нижче в таблиці</i>
Методи оцінювання та структура оцінки	<p>Для того, щоб здобувачі вищої освіти освоїли навчальний курс потрібно вчасно виконувати практичні завдання, здати два модульні контролі знань та теми, які винесені на самостійне опрацювання, приймати участь у тематичних семінарах тощо. Здобувачі вищої освіти мають можливість частину практичних завдань замінити альтернативними, але за попереднім погодженням з викладачем дисципліни.</p> <p>Для кожного завдання встановлено індивідуальні критерії оцінювання. Зокрема, враховується: повнота висвітлення і якість виконання завдання (60% балів, відведених для завдання); вчасність виконання завдання (40%).</p> <p>За виконання практичних завдань здобувач вищої освіти отримує 60 балів, а також 40 балів – за два модулі (по 20 балів за кожен модуль). Усього 100 балів.</p> <p>Модульні контролі знань проводять у тестовому режимі відповідно до графіка навчального процесу на платформі https://exam.nuwm.edu.ua/.</p> <p>Документальний супровід процесу модульного і семестрового контролю наведено на сторінці ННЦНО за посиланням: https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti</p>
Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти	Освоєнню навчальної дисципліни здобувачам вищої освіти допоможе вивчення таких дисциплін як: вступ до спеціальності, маркетинг, менеджмент.
Поєднання навчання та досліджень	Здобувачі вищої освіти можуть додатково отримати бали за виконання індивідуально-дослідних завдань, написання наукової статті або тез за тематикою навчального курсу.
Інформаційні ресурси	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конспект лекцій; 2. Пакет тестових завдань за двома змістовими модулями

та за курсом в цілому;

3. Юдіна Н.В. Бренд-менеджмент : Начально-методичний комплекс. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. 114 с.

4. Солнцев С.О., Зозульов О.В., Юдіна Н.В., Царьова Т.О., Язвінська Н.В. Маркетинг стартап-проектів: навчальний посібник / за заг. ред. С.О. Солнцева. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2019. 218 с. URL : <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>

5. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Київ : НАУ, 2019. 156.

6. Герасименко В. В., Очковская М. С. Бренд-менеджмент: учеб, пособие. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. 100 с.

7. И. Манн «№1. Как стать лучше в том, что ты делаешь». М. 2013. 143 с.

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)*

Дедлайни та перескладання

Академічна заборгованість ліквідується відповідно до «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Документ підтверджує право здобувача вищої освіти на повторне вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент».

Всі строки здачі та перездачі модульних контролів знань оприлюднено на сторінці: <https://exam.nuwm.edu.ua/>.

Правила академічної доброчесності

На початку вивчення курсу здобувач вищої освіти ознайомлюється з «Кодексом честі», що розміщений на сторінці «Бренд-менеджменту» на платформі MOODLE та приймає умови документу.

Якщо викладач фіксує факт того, що здобувач вищої освіти списує при складанні модульного чи підсумкового контролю, він позбавляється права здавати модуль або іспит, що призводить до академічної заборгованості.

Вся документація стосовно академічної доброчесності наведена на сторінці ЯКОСТЬ ОСВІТИ: <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

Вимоги до відвідування

Здобувачі вищої освіти зобов'язані бути присутніми на заняттях, що передбачають колективну роботу у групах. Інші види завдань вони мають право виконати самостійно у зручний для них час, відповідно до дати, яку встановив викладач. При виконанні практичних завдань здобувачі можуть користуватися смартфонами, планшетами та ноутбуками.

Здобувач вищої освіти має право навчатися за індивідуальним графіком відповідно до положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>.

Неформальна та інформальна освіта

Здобувачі вищої освіти можуть перезарахувати результати навчання, які отримали за рахунок неформальної та інформальної освіти: <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>. Також здобувачі можуть самостійно вивчити споріднений або ідентичний курс на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та перезарахувати освітні результати, які відповідають програмним результатам курсу «Бренд-менеджмент».

ДОДАТКОВО

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну*

Кожного семестру здобувачі вищої освіти мають можливість пройти онлайн-опитування і висловити свою думку стосовно якості викладання курсу та ефективності освітнього процесу в університеті. Таке опитування дає можливість викладачам удосконалити навчальний курс та підвищити якість викладання.

Оновлення*

Зміни до змісту та структури силабусу дисципліни «Бренд-менеджмент» вносяться завдяки ініціативі викладача, яка викликана змінами у сфері формування та управління брендом, а також за результатами анкетування здобувачів вищої освіти відповідно до Положення..

Навчання осіб з інвалідністю

Особливості освітнього процесу для осіб з інвалідністю висвітлено в документах, що доступні за посиланням <http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju>. Інші здобувачі та викладач навчального курсу сприятимуть організації навчання для осіб з особливими освітніми потребами.

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання

Викладач має практичний досвід проведення тренінгів за тематикою, що стосуються розвитку власного бренду та бренду компанії для представників органів місцевого самоврядування, організацій різних галузей економіки. Також до проведення занять буде долучено фахівців, що мають позитивний досвід в сфері брендингу і ребрендингу.

Інтернаціоналізація

Електронні бібліотеки:

<http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/korisni-posilannya/elektronni-biblioteki>

База періодичних видань: <https://www.scimagoir.com/>

Електронний каталог: <http://nuwm.edu.ua/MySQL/>

Здобувачі при бажанні залучатимуться до розробки проектів для участі у міжнародних конкурсах, громадських ініціативах, що стосуються організаційного розвитку.

РЕКОМЕНДОВАНА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Лекцій 16 год		Практичні заняття 14 год		Самостійна робота 60 год	
РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН 1					
Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень, уміння використовувати у практичній діяльності методи аналізу для вирішення конкретних завдань					
Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати)		Виявляти, формулювати і вирішувати проблеми при формуванні та управлінні брендом; приймати індивідуальні рішення, пропонуючи обґрунтовані варіанти розв’язання проблеми; продукувати власні ідеї та оцінювати ідеї інших; визначати цілі для позиціонування організації; приймати раціональні рішення в галузі управління брендом підприємства, враховуючи національні особливості та використовуючи світовий досвід; приймати рішення щодо побудови системи власних брендів підприємства; розробляти та впроваджувати систему внутрішнього бренд-менеджменту.			
Методи та технології навчання		Лекції-обговорення із використанням мультимедійного обладнання; дискусії та семінари; ділові ігри; робота з кейс-завданнями; маркетингові дослідження; презентації, тощо.			
Засоби навчання		Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційна система, пакет роздаткового друкованого матеріалу.			
РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН 2					
Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті					
Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати)		демонструвати високий рівень здатності до співпраці; вміти формувати цінності; проектувати міжособистісні, групові та організаційні комунікації; налагоджувати зв’язки зі споживачами на основі репутації бренду продукту; формувати авторитет бренду у свідомості споживачів з метою розвитку їх лояльності щодо виробника брендового продукту; формувати систему бренд-орієнтованих інтегрованих маркетингових комунікацій			
Методи та технології навчання		Лекції-обговорення із використанням мультимедійного обладнання; дискусії та семінари; ділові ігри; робота з кейс-завданнями; маркетингові дослідження; презентації, тощо.			
Засоби навчання		Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційна система, пакет роздаткового друкованого матеріалу.			
РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН 3					
Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень					
Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати)		проводити дослідження на відповідному рівні; шукати, обробляти, аналізувати та інтерпретувати інформацію з різних джерел; оцінювати ідеї та пропозиції; робити висновки і узагальнювати аргументи аналізувати поведінку споживачів та формування попиту через бренди; застосовувати на практиці методи дослідження брендів, брендингу, та їх впливу на успіх продукту.			
Методи та технології навчання		Лекції-обговорення із використанням мультимедійного обладнання; дискусії та семінари; ділові ігри; робота з кейс-завданнями; маркетингові дослідження; презентації, тощо.			
Засоби навчання		Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційна система, пакет роздаткового друкованого матеріалу.			
РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН 4					
Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації					
Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати)		Організовувати роботи з брендінгу; розробляти моделі створення брендів та оцінювати їх потенціал; підтримувати життєздатність та розвивати бренди; управляти успіхом підприємств на основі брендів та брендингу; використовувати методи брендингу у реальному та віртуальному просторі за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій для забезпечення зростання вартості бренду та підвищення іміджу			
Методи та технології навчання		Лекції-обговорення із використанням мультимедійного обладнання; дискусії та семінари; ділові ігри; робота з кейс-завданнями; маркетингові дослідження; презентації, тощо.			
Засоби навчання		Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційна система, пакет роздаткового друкованого матеріалу.			

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН 5

Демонструвати лідерські навички, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач

Вирішення професійних задач		
Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати)	демонструвати здатність взаємодіяти; проявляти лідерські якості; визначати цілі для особистісного та кар'єрного росту; розробляти плани особистісного розвитку	
Методи та технології навчання	Лекції-обговорення із використанням мультимедійного обладнання; дискусії та семінари; ділові ігри; робота з кейс-завданнями; маркетингові дослідження; презентації, тощо.	
Засоби навчання	Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційна система, пакет роздаткового друкованого матеріалу.	
Усього за поточну (практичну) складову оцінювання, балів		60
Усього за модульний (теоретичний) контроль знань, модуль 1, модуль 2, бали		40
Усього за дисципліну		100

ЛЕКЦІЙНІ/ПРАКТИЧНІ/СЕМІНАРСЬКІ/ЗАНЯТТЯ/ЛАБОРАТОРНІ РОБОТИ

Змістовий модуль 1.

Теоретичні основи бренд-менеджменту

Тема 1. Суть та основні поняття бренд-менеджменту. Класифікація брендів

Результати навчання РН 1, 2	Кількість годин: лекції – 2 год.; практ. – 2 год.	Герасименко В. В., Очковская М. С. Бренд-менеджмент: учеб. пособие. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. 100 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Опис теми	Предмет, структура та зміст дисципліни «Бренд-менеджмент». Основні принципи бренд-менеджменту. Дослідження індивідуальності бренда. Значення візуалізації у створенні образу бренда. Залучення споживачів у роботу зі створення бренда. Основні сфери застосування бренд-менеджменту. Різні схеми взаємовідносин брендів однієї компанії. Класифікацій брендів. Модель сприйняття бренда. Матриця «бренд-сприйняття», її основні позиції. Фактори привабливості бренда.		

Тема 2. Сучасна система бренд-менеджменту. Архітектура брендингу

Результати навчання РН 2, РН 3	Кількість годин: лекції – 2 год.; практ. – 2 год.	Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.С., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Опис теми	Сучасна парадигма бренд-менеджменту. Формування ефективної системи управління активами бренду. 10 заповідей успішного бренд-менеджменту. Поняття архітектури бренду та етапи її формування. Рівні брендингу. Управління портфелем бренду.		

Тема 3. Позиціонування та бренд-менеджмент

Результати навчання РН 2, РН 3	Кількість годин: лекції – 2 год.; практ. – 2 год.	Юдіна Н.В. Бренд-менеджмент : Начально-методичний комплекс. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. 114 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Опис теми	Позиціонування бренду - як унікальна торгова позиція. Стратегії позиціонування. Ідентичність бренду як сукупність змістових ознак, які визначають бренд. Побудова карти позиціонування. Поетапна схема стратегічного формування. Репозиціонування бренду		

Тема 4. Моделі формування та розвитку бренду. Психологічні аспекти брендингу

Результати навчання РН 1, РН 2	Кількість годин: лекції – 2 год.; практ. – 2 год.	Герасименко В. В., Очковская М. С. Бренд-менеджмент: учеб. пособие. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. 100 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Опис теми	Класифікація моделей брендингу. Моделі створення бренду. Моделі визначення вартості бренду. Моделі управління брендом. Контекстна модель бренду. Основні закони створення бренду компанії. Наймінг (розроблення назви бренду). Дизайн бренду та критерії вибору його елементів. Легенда бренду.		

Змістовий модуль 2. Управління брендом. Практичні аспекти

Тема 5. Особливості розробки та управління сильним брендом

Результати навчання РН 2, 3	Кількість годин: лекції – 2 год.; практ. – 2 год.	Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.С., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
---------------------------------------	---	---	---

Опис теми	Цикл створення сильного бренду. Розроблення імені та візуалізація бренду. Особливості застосування концепції брендингу в Україні. Сутність та етапи створення приватної марки. Особливості просування приватної торгової марки. Технологія управління комунікаціями бренду. Соціальні медіа як інструмент управління лояльністю споживачів бренду.		
Тема 6. Стратегія розробки бренду			
Результати навчання РН 3, 4	Кількість годин: лекції – 2 год.	Юдіна Н.В. Бренд-менеджмент : Начально-методичний комплекс. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. 114 с. Солнцев С.О., Зозульов О.В., Юдіна Н.В., Царьова Т.О., Язвінська Н.В. Маркетинг стартап-проектів: навчальний посібник / за заг. ред. С.О. Солнцева. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2019. 218 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Опис теми	Зв'язок бізнес-стратегії з бренд-стратегією. Управління брендом на основі синергетичної моделі соціально-етичного маркетингу. Інструменти формування територіального бренду. Бренд держави: сутність та особливості формування. Платформи брендингу країни		
Тема 7. Особливості розширення, розтягування та оцінювання брендингу			
Результати навчання РН 1, 4	Кількість годин: лекції – 2 год. практ. – 2 год.	Герасименко В. В., Очковская М. С. Бренд-менеджмент: учеб, пособие. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. 100 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Опис теми	Поняття розширення та розтягування бренду. Основні види розтягування та розширення брендів. Недоліки. Приклади невдалих розширень брендів. Поняття активу та капіталу марки. Підходи до їх оцінювання. Кількісні параметри успіху бренду на ринку. Підходи до визначення вартості бренду. Якісні методи оцінювання бренду.		
Тема 8. Селфі-брендинг			
Результати навчання РН 3, 5	Кількість годин: лекції – 2 год. практ. – 4 год.	И. Манн «№1. Как стать лучше в том, что ты делаешь». М. 2013. 143 с.	https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=3129
Поняття «селфі-брендинг». Формування бренду особистості. Внутрішній аудит особистості. Особистий і професійний розвиток. Комунікативні та інші навички. Результати розвитку особистості. Предмети власної гордості. Суспільне визнання. Елементи просування власного бренду. Брендбук. Правила життя.			

Лектор

О.Ю. Судук